Atención al cliente, consumidor o usuario

Descripción Breve

La atención al cliente es uno de los principales pilares en la competitividad de las empresas del nuevo siglo. Mediante el entendimiento del concepto de marketing de relaciones y su correcta aplicación, se podrán identificar las causas generadoras de lealtad del cliente, así como las consecuencias de éstas para la empresa. Se trata de aumentar la calidad comercial de la empresa, desarrollando habilidades y manejando herramientas que están disponibles, mejorando constantemente el trato con el cliente y, así, conseguir la satisfacción del mismo. Con este curso el alumno aprenderá los conocimientos necesarios para la gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo, a la información y atención al cliente/consumidor/usuario, a la organización de un sistema de información de consumo y el inglés profesional para actividades comerciales

Temario

PARTE 1. MF0241_2 INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO UNIDAD FORMATIVA 1. UF0036 GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

1. Concepto y características de la función de atención al cliente:
2. Dependencia funcional del departamento de atención al cliente:
3. Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente:
4. El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente:
5. Variables que influyen en la atención al cliente:
6. La información suministrada por el cliente.

7. Documentación implicada en la atención al cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Procesos de calidad en la empresa.
2. Concepto y características de la calidad de servicio.
3. Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS LEGALES EN RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Ordenación del Comercio Minorista:
2. Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico
3. Protección de Datos:
4. Protección al consumidor:

UNIDAD FORMATIVA 2. UF0037 TÉCNICAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE/CONSUMIDOR

1. Información del cliente:
2. Archivo y registro de la información del cliente:
3. Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa.
4. Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario.
5. Estructura y funciones de una base de datos.
6. Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes.
7. Confección y presentación de informes.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN A CLIENTES/CONSUMIDORES

1. Modelo de comunicación interpersonal:
2. Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial.
3. Expresión verbal:
4. Comunicación no verbal
5. Empatía y asertividad:
6. Comunicación no presencial:
7. Comunicación escrita:

PARTE 2. MF0245_3 GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN MATERIA DE CONSUMO UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO DE PROTECCIÓN DEL CLIENTE, CONSUMIDOR Y USUARIO EN CONSUMO.

1. Normativa en defensa del consumidor:
2. Instituciones y organismos de protección al consumidor:
3. Procedimientos de protección al consumidor:

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ATENCIÓN Y GESTIÓN DE CONSULTAS, RECLAMACIONES Y QUEJAS EN CONSUMO.

1. Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente:
2. Documentación que obtienen y elaboran los departamentos de atención al consumidor
3. Procedimiento de recogida de las quejas y reclamaciones/denuncias:
4. Normativa reguladora en caso de quejas y reclamación/denuncia entre empresas y consumidores.
5. Proceso de tramitación y gestión de una reclamación:
6. Métodos usuales en la resolución de quejas y reclamaciones.
7. La actuación administrativa y los actos administrativos:

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MEDIACIÓN Y ARBITRAJE EN MATERIA DE CONSUMO.

1. Conceptos y características:
2. La mediación:
3. El arbitraje de consumo:
4. Procedimientos de arbitraje en consumo:
5. Documentación en procesos de mediación y arbitraje:

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN CONSUMO.

1. Conceptos:
2. Caracterización del cliente/consumidor/usuario ante quejas y reclamaciones:
3. Procesos de comunicación en situaciones de consultas, quejas y reclamaciones:
4. Herramientas de comunicación aplicables al asesoramiento y la negociación de conflictos de consumo:

UNIDAD DIDÁCTICA 5. NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN ANTE UNA QUEJA O RECLAMACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS.

1. Objetivos en la negociación de una reclamación (denuncia del consumidor).
2. Técnicas utilizadas en la negociación de reclamaciones.
3. Caracterización del proceso de negociación:
4. Planes de negociación:

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTROL DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE QUEJAS Y RECLAMACIONES.

1. Tratamiento de las anomalías:
2. Procedimientos de control del servicio:

3. Indicadores de calidad.
4. Evaluación y control del servicio:
5. Análisis estadístico.

PARTE 3. MF0246_3 ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO UNIDAD FORMATIVA 1. UF1755 SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y BASES DE DATOS EN CONSUMO UNIDAD DIDÁCTICA 1. INFORMACIÓN Y FUENTES EN CONSUMO.

1. Tipos de fuentes e información en consumo.
2. Fuentes de información institucional en consumo:
3. Fuentes de información primaria en consumo:
4. Fuentes de información secundaria en consumo:
5. Soportes de la información:
6. Normativa reguladora del tratamiento de la información:

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN EN CONSUMO.

1. Tipos y herramientas de búsqueda de información: sitios Web, institucionales, páginas personales, foros y grupos de noticias.
2. Criterios de calidad, vigencia y fiabilidad de la información y sus fuentes.
3. Análisis comparativo de las fuentes/documentos de información en consumo:
4. Buscadores de información online:

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE CATALOGACIÓN Y ARCHIVO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN APLICADAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN CONSUMO.

1. Determinación de contenidos y tipo de documentos a archivar: casuística de la información en consumo.

2. Sistemas de registro de la información y documentación en consumo.
3. Ventajas e inconvenientes del soporte informático, frente a los soportes convencionales.
4. Grabación de archivos en distintos formatos:
5. Codificación de documentos:
6. Conservación de documentación obsoleta o histórica:
7. Instrumentos de organización de información y documentación en consumo:
8. Aspectos legales de la archivística y actualización normativa:

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BASES DE DATOS Y CENTROS DOCUMENTALES EN CONSUMO.

1. Centros documentales y/o bancos y bases de datos en consumo: el CIDOC.
2. Planificación y diseño de un sistema gestor de base de datos según productos y sectores.
3. Operaciones básicas de bases de datos en hojas de cálculo.
4. Comandos de las bases de datos.
5. Métodos de acceso, protección y control de la información por el usuario a través de las bases de datos.
6. Aplicación de distintos comandos de las bases de datos.
7. Análisis de información y reclamaciones por sectores específicos.

UNIDAD FORMATIVA 2. UF1756 DOCUMENTACIÓN E INFORMES EN CONSUMO UNIDAD DIDÁCTICA 1. ELABORACIÓN DE BOLETINES Y SÍNTESIS DE INFORMACIÓN EN CONSUMO.

1. Terminología de la documentación e información de consumo:
2. Boletines de Información e Informes:

3. Cumplimiento de procedimientos de elaboración y presentación:
4. Técnicas y normas gramaticales:
5. Técnicas de elaboración de documentos de síntesis y comunicación escrita:
6. Redacción de documentos profesionales:
7. Presentación de la documentación:
8. Normativa y usos habituales en la elaboración y presentación de la documentación de consumo:

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE CONSUMO CON PROCESADORES DE TEXTO.

1. Aspecto de los caracteres y letras:
2. Aspecto de un párrafo:
3. Formato del documento:
4. Edición de textos:
5. Documentos profesionales:
6. Creación de un informe personalizado:
7. Creación de formularios:
8. Impresión de textos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN EN CONSUMO CON TABLAS.

1. Presentación de información con tablas:
2. Edición de una tabla:
3. Relaciones entre las tablas:
4. Personalización de la vista Hoja de datos:
5. Impresión de una hoja de datos.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN EN CONSUMO CON GRÁFICOS.

1. Elaboración de representaciones gráficas:
2. Elementos presentes en los gráficos:
3. Configuración y modificación de los elementos.
4. Tipos de gráficos:
5. Creación de un gráfico:
6. Modificación del gráfico:
7. Borrado de un gráfico.
8. Integración de gráficos en documentos.

PARTE 4. MF1002_2 INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES COMERCIALES UNIDAD DIDÁCTICA 1. ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR EN INGLÉS.

1. Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes.
2. Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor:
3. Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita.
4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores:
5. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA EN INGLÉS.

1. Presentación de productos/servicios:
2. Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes/consumidores.

3. Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta:
4. Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor.
5. Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica:
6. Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de productos/servicios, entre otros.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN COMERCIAL ESCRITA EN INGLÉS.

1. Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica:
2. Cumplimentación de documentación comercial básica en inglés:
3. Redacción de correspondencia comercial:
4. Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en inglés.
5. Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés.
6. Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta.
7. Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes: